

QUẦN DÀI NỮ SỢI TỔNG HỢP (HS 620463) – HOA KỲ XU HƯỚNG

Giới thiệu

Tài liệu này bao gồm những phần sau:

- A. [Xu hướng thị trường](#)
- B. [Xu hướng sản phẩm](#)

A. XU HƯỚNG THỊ TRƯỜNG

1. Xu hướng và hành vi tiêu dùng

- Một nhóm đối tượng người tiêu dùng ưa chuộng sử dụng những sản phẩm đã có thương hiệu nổi tiếng, tuy nhiên mặt bằng chung là nhắm đến những sản phẩm có tính thời trang nhưng giá phải chăng.
- Bên cạnh dòng xu hướng ăn mặc công sở chỉnh chu đang dần trở thành trào lưu là việc mặc thoải mái giản dị hơn trong hầu hết các ngành nghề cả khi đi làm và dự các dịp quan trọng.
- Xu hướng mặc quần may đo ở giới nữ có xu hướng tăng, ở nam giới lại có xu hướng giảm.

2. Xu hướng và hành vi kinh doanh

- Những nhà sản xuất chịu đầu tư những công nghệ mới theo xu hướng thị trường; quản lý tốt hệ thống sản xuất, đáp ứng được các yêu cầu về nhà xưởng, nguyên phụ liệu, nguồn nhân lực, quy trình sản xuất và các tiêu chuẩn quốc tế về chính sách xã hội.
- Vì sự thay đổi của người tiêu dùng chuyển sang mặc quần áo thoải mái nên để tồn tại và phát triển, các nhà sản xuất hoặc bán lẻ cũng có sự chuyển dịch sang những dòng sản phẩm mới phù hợp với xu hướng này.
- Những công ty chuyên biệt chào các sản phẩm thời trang giá cả phải chăng liên tục thay đổi sản phẩm mới trong cửa hàng sẽ tiếp tục thành công.
- Xu hướng các nhà bán lẻ liên kết với các nhà thiết kế thời trang cao cấp cho ra đời những dòng sản phẩm cao cấp với giá cả phải chăng.

3. Xu hướng phân phối và cơ cấu thương mại

- Cả nhà sản xuất và bán lẻ đối mặt với những thách thức cạnh tranh mới ở thị trường này. Bên cạnh vị trí ngày càng vững vàng của những đại siêu thị (Wal-mart, Target) là sự lớn mạnh của những nhà bán lẻ chuyên biệt (specialty retailers) nơi bán sản phẩm thời trang giá phải chăng với thương hiệu riêng của cửa hàng (H&M, Zara, Forever 21). Các nhà bán lẻ này ngày càng chiếm thị phần so với các nhà bán lẻ có thương hiệu truyền thống như Gap và các nhà sản xuất bán sản phẩm có thương hiệu của mình thông qua các kênh bán lẻ khác. Với sự cạnh tranh như vậy, các nhà bán lẻ phải thử nghiệm mô hình bán nhiều loại sản phẩm khác nhau trong cùng cửa hàng và những mô hình bán lẻ có thể đưa ra những cách thức mua hàng khác nhau cho người tiêu dùng bằng việc đa dạng hóa dòng sản phẩm và loại cửa hàng mới cho thương hiệu mới.
- Một mô hình khác là liên kết chiến lược giữa các cửa hàng may mặc thời trang với các cửa hàng giày để đa dạng hóa sản phẩm nhằm tận dụng thị phần sẵn có của mỗi chuỗi cửa hàng, những cửa hàng kiểu mới này có thể sẽ ngày càng chiếm nhiều thị phần so với các trung tâm thương mại, đại siêu thị và cửa hàng chuyên biệt.
- Mua hàng qua mạng đang tiếp tục tăng. Số lượng nhà bán lẻ chỉ bán hàng qua mạng còn thấp nhưng hầu hết những nhà bán lẻ hay các công ty may mặc Hoa Kỳ đã phát triển hình thức này.
- Một kênh phân phối đang bắt đầu phát triển là mua hàng tại nhà (home shopping)
- Một xu hướng quan trọng nữa là các nhà sản xuất mở cửa hàng riêng của họ. Thêm vào đó, các thương hiệu vốn đã có mặt trong các cửa hàng bán lẻ bên cạnh việc bán sỉ chắc chắn sẽ tập trung hơn nữa vào những cửa hàng riêng.

4. Xu hướng phân khúc thị trường

- Thị trường dành cho cộng đồng nói tiếng Tây Ban Nha ở Hoa Kỳ (Hispanic) càng ngày càng trở nên cực kỳ quan trọng vì cộng đồng này càng lúc càng đông, vị trí xã hội và mức thu nhập cao hơn trước.

- Nhóm nữ giới trên 35 tuổi cũng là nhóm đối tượng quan trọng với thu nhập cao, có nhu cầu ăn mặc thời trang để che dấu tuổi tác, nhóm đối tượng này rất rộng tay chi xài cho các sản phẩm may mặc thời trang.
- Người tiêu dùng ngày càng chi tiêu nhiều hơn cho đồ trẻ em có thương hiệu. Do đó, trẻ em và trẻ vị thành niên cũng có thể là nhóm đối tượng rất đáng chú ý.

5. Xu hướng đổi mới

- Đổi mới sản phẩm, đổi mới trong chiến lược marketing cho sản phẩm và trong hệ thống phân phối.
- Nhắm đến những sản phẩm mang lại các lợi ích cho môi trường

6. Xu hướng cơ hội thị trường

- Nhằm đối mặt những thách thức về khó khăn kinh tế chung và chi phí tiêu dùng giảm, các nhà bán lẻ kiểm soát luân chuyển hàng hóa tốt hơn, cải thiện khả năng thấu hiểu khách hàng để có thể bán được hàng mà không phải giảm giá ví dụ bằng cách bán các thẻ tặng quà cho những khách hàng có nhu cầu tặng quà cho người khác. Người dùng thẻ nhận quà có xu hướng mua hàng giá cao hơn vì cảm thấy không phải tự bỏ tiền ra mua. Ước tính những áp dụng này có thể giúp bình ổn ngành công nghiệp may mặc thời trang.
- Mở rộng cơ hội cho việc đổi mới những sản phẩm, sản phẩm được đầu tư công nghệ tiên tiến, hợp thời trang. Các nhà sản xuất và bán lẻ hàng thời trang cấp cao thì luôn luôn ít chịu tác động nhất về xu hướng phải giảm giá sản phẩm.
- Các nhà sản xuất phải mở rộng tính đa dạng của bộ sản phẩm chào hàng để tăng sức thu hút với các nhà nhập khẩu hay bán lẻ; các nhà bán lẻ phải chú ý hơn đến tính đa dạng của sản phẩm bày trong cửa hàng và thiết kế cửa hàng, có như vậy mới có thể tăng doanh thu.
- Tăng sản lượng sản xuất tại các đơn vị sản xuất do khách hàng có xu hướng chọn lọc và tập trung vào các nhà cung cấp lớn để giảm chi phí quản lý và giá thành sản xuất.
- Tính đa dạng chủng tộc ở Hoa Kỳ làm tăng nhu cầu đa dạng cho sản phẩm may mặc, phân khúc thị trường này vẫn còn để ngỏ hay chưa được đánh giá đúng mức.

7. Xu hướng về giá

- Giá luôn có xu hướng tăng lên với những hàng hóa là thương hiệu có tiếng.
- Đối với các nhà sản xuất Châu Á, lao động lĩnh vực may mặc đang có xu hướng dịch chuyển sang các ngành công nghiệp khác với giá trị và lợi ích mang lại nhiều hơn, do đó chi phí lao động có xu hướng cao hơn dẫn đến chi phí sản phẩm sẽ cao hơn.
- Yêu cầu công nghệ mới đòi hỏi chi phí đầu tư, quản lý, vận hành lớn, chi phí sản phẩm cũng sẽ phải tăng hơn.

8. Xu hướng quảng cáo

- Những hình thức phương tiện truyền thông ngày càng phải trở nên sáng tạo hơn mới có thể tiếp thị sản phẩm đến với người tiêu dùng. Phương tiện truyền thông nhắm đến những phân khúc thị trường mới sẽ phải nhanh nhạy tiếp thị sản phẩm bằng cách bắt kịp với những trào lưu mới của xã hội, chẳng hạn quảng bá sản phẩm may mặc thông qua một bộ phim truyền hình dài tập đang gây cơn sốt cho thị trường.
- quảng cáo các sản phẩm mang lại những lợi ích cho người tiêu dùng
- những sản phẩm thân thiện môi trường

9. Xu hướng phát triển sản phẩm

- Những sản phẩm trung và cao cấp
- Thiết kế sản phẩm gắn liền với những trào lưu trong xã hội
- Tạo sự khác biệt so với các sản phẩm đang được sản xuất (màu sắc phối, nguyên phụ liệu sử dụng,...)
- Gắn kết thương hiệu với người tiêu dùng một cách ấn tượng và được thể hiện rõ nét trên sản phẩm

10. Xu hướng gia công và hoàn thiện sản phẩm

- Gia công theo hình thức FOB đang được sử dụng bởi hầu hết các doanh nghiệp hiện nay, trong đó nhà sản xuất sẽ chịu trách nhiệm phát triển sản phẩm theo ý tưởng khách hàng, quản lý tiến độ sản xuất từ khâu nguyên phụ liệu đến khi xuất hàng

- Tập trung hoàn thiện sản phẩm theo từng khâu, từng chủng loại theo mặt mạnh của nhà sản xuất, qua đó sẽ giúp tăng năng suất, giảm giá thành và ổn định chất lượng.

11. Xu hướng vật liệu, màu sắc, thiết kế và kiểu mẫu

- Thiết kế mang tính trẻ trung, hài hòa
- Sử dụng màu sắc là tông màu nóng, sáng để tạo nên sự nổi bật trên các góc cạnh của sản phẩm
- Kiểu mẫu được thay đổi liên tục qua các mùa sản xuất, tạo sự mới mẻ cho người tiêu dùng
- Nguyên liệu sử dụng được chọn lọc kĩ đôi lúc hơi cầu kì và thể hiện cá tính cho người mặc, gây ấn tượng bởi sự độc đáo

12. Xu hướng thị hiếu, sở thích

- Thị hiếu sở thích luôn thay đổi theo mỗi mùa thời trang và luôn tạo ra sự khác biệt trong từng dòng sản phẩm để kích thích nhu cầu tiêu dùng.
- Người tiêu dùng thích những sản phẩm đáp ứng sát với nhu cầu thị hiếu tiêu dùng từ khâu thiết kế đến vật liệu sử dụng trên sản phẩm (accessories).

13. Xu hướng bền vững

Vấn đề môi trường và phát triển bền vững là vấn đề ngày càng được nhiều người tiêu dùng quan tâm. Các nhà sản xuất hiện nay rất ý thức về việc cải thiện môi trường trong quy trình sản xuất. Người tiêu dùng ngày càng ý thức tìm sử dụng những sản phẩm có nhãn hiệu quốc tế Oko-Text liên quan đến sức khỏe cho người tiêu dùng, sản phẩm làm từ nguyên liệu cotton hữu cơ.

Khuyến nghị

Việc giải lạm phát của thị trường may mặc Hoa Kỳ sẽ đem lại nhiều sản phẩm với giá cả rẻ hơn cho người tiêu dùng nhưng lại là khó khăn cho các nhà sản xuất và bán lẻ. Các nhà sản xuất và bán lẻ với chủ trương tìm mua hàng ở những nước có giá thành rẻ như Trung Quốc sẽ không còn được hưởng lợi nhiều như trước vì mức lời sẽ giảm đáng kể. Tuy nhiên, hàng may mặc ở những phân khúc trung và cao cấp lại ít chịu tác động, do vậy các nhà xuất khẩu Việt Nam nên tập trung nhận những đơn hàng có giá trị cao hơn để có mức lợi nhuận cao hơn. Bên cạnh đó, các sản phẩm có tính đổi mới, sáng tạo cao sẽ được chú ý tìm mua vì chúng không chịu sự tác động của việc giảm giá.

Một điểm quan trọng nữa là thị trường Hoa Kỳ yêu cầu lớn những sản phẩm thoải mái (casual) dành cho các sự kiện khác nhau (công sở, dự tiệc...), do đó việc tập trung vào sản xuất hay khai thác loại sản phẩm này sẽ là định hướng trong tương lai.

B. XU HƯỚNG SẢN PHẨM

1. Xu hướng phát triển sản phẩm

Trang phục ngoài của giới nữ tại Hoa Kỳ thiếu tính đổi mới sáng tạo và xu hướng thời trang rõ nét. Đổi mới sản phẩm chắc chắn sẽ là mấu chốt cho sự phát triển ở thị trường này. Vấn đề là người đi đầu trong thị trường phải sáng tạo và nắm bắt được cơ hội. Một chiến lược thú vị được một cửa hàng phát triển gần đây là việc sử dụng một vài thương hiệu Mehico có tính biểu tượng và tên thương mại (trademark) của một số đài truyền hình để in trên áo T-shirt cho bé gái ở độ tuổi học trung học. Ý tưởng này đã gợi cảm giác nhớ quê nhà cho nhóm đối tượng khách hàng đang nhắm đến là nhóm cộng đồng nói tiếng Tây Ban Nha ở Hoa Kỳ (Hispanic) nên đã đạt nhiều thành công.

Để thành công, các phương tiện truyền thông theo cách thức mới cũng trở nên quan trọng để giúp sản phẩm tiếp cận được thị trường. Ví dụ, bộ phim truyền hình ăn khách Ugly Betty sẽ mở ra kênh tiếp cận mới cho các nhà bán lẻ và sản xuất cơ hội để tiếp thị sản phẩm cho nhóm Hispanic.

Các nhà sản xuất cũng sẽ đi theo hướng sản xuất ra những trang phục có sự pha trộn giữa tính trang trọng và thoải mái nhằm tận dụng xu hướng tiêu dùng này.

Một xu hướng các nhà bán lẻ liên kết với các nhà thiết kế thời trang cao cấp cho ra đời những dòng sản phẩm cao cấp với giá cả phải chăng.

2. Xu hướng sản xuất/hoàn thiện sản phẩm

Hầu hết là FOB.